

# Los marcos informativos del cannabis en la prensa española. Evidencia empírica desde la teoría del *framing*

*Kalamuaren informazio-eremuak Espainiako prentsan.  
Ebidentzia empirikoa framingaren teoriatik*

Cannabis news frames in the spanish press.  
Applicattion of the theory of *framing*

Carlos A. Ballesteros<sup>1</sup>  
José Luis Dader<sup>2</sup>  
Carlos Muñoz<sup>3</sup>

zer

Vol. 20 - Núm. 38  
ISSN: 1137-1102  
pp. 67-85  
2015

*Recibido el 5 de agosto de 2013, aceptado el 20 de abril de 2015.*

## Resumen

Partiendo de la perspectiva del *framing* o enmarcado, se analizó mediante herramientas estadísticas una muestra de artículos de la prensa española sobre el cannabis, droga de comercio ilegal más consumida en el mundo. Las informaciones sobre el cannabis son presentadas mayoritariamente mediante el género de la noticia, sin contrastar y sin contextualizar. El enmarcado del cannabis presenta un reparto fijo de papeles –cada actor realiza casi siempre una misma acción– que resulta favorable a determinadas fuentes (policía, jueces, políticos). Además, los individuos son los responsables de los problemas en torno al cannabis, mientras que corresponde resolverlos a las instituciones.

**Palabras clave:** teoría del framing, marcos periodísticos, encuadres noticiosos, cannabis, fuentes informativas, representaciones sociales.

## Laburpena

Framing-aren ikuspegitik abiatuta, Espainiako prentsak kalamuari buruz –munduan legez aurkako salerosketa duen kontsumo handieneko droga– argitaratutako artikuluen lagin bat aztertu da tresna estatistikoen bitartez. Kalamuari buruz argitaratutako informazio gehienak

<sup>1</sup> Universidad de Valladolid [cballesteros@hmca.uva.es](mailto:cballesteros@hmca.uva.es).

<sup>2</sup> Universidad Complutense de Madrid [dader@ucm.es](mailto:dader@ucm.es).

<sup>3</sup> Universidad Autonoma De Nuevo Leon [carlos.munizm@uanl.mx](mailto:carlos.munizm@uanl.mx).

albiste-generoaren bitartez aurkezten dira, kontrasterik edo testuingururik gabe. Kalamuaren informazio-eremuak rolen banaketa finko bat aurkezten du –aktore bakoitzak ekintza berdina egiten du ia beti– iturri batzuen mesedetan (polizia, epaileak, politikoak). Halaber, gizabanakoa da kalamuaren inguruan sortzen diren arazoen erantzule, baina konponbidea erakundeei dagokie.

**Gako-hitzak:** Framing-aren teoria, kazeta-markoak, informazio-eremuak, kalamua, informazio iturriak, irudikapen sozialak.

### **Abstract**

The news frames used by the Spanish press to inform about the cannabis present a fixed role-casting where each actor plays almost always the same action, that is assessed almost always in the same way. This role-casting works in favor of certain news sources and actors (the Police, the Law, politicians) who are used to give a positive image of themselves, whilst other actors (cannabis consumers) are only used to give a negative image of themselves. Besides, individuals were responsible for causing the problems about cannabis, whereas the institutions had the responsibility for solving them.

**Key words:** news frames, framing, cannabis, news sources, social representations.

## 0. Introducción

El cannabis es la droga de comercio ilegal más consumida en España y el resto del mundo y su representación mediática ha causado preocupación en instancias oficiales. Entre 1997 y 2009 se observa un aumento sustancial del consumo de cannabis: quienes lo han probado en alguna ocasión pasan del 23% al 32%, y han pasado de reconocerse consumidores diarios del 0,7% al 2% (PND, 2009).

Desde las instituciones se ha insistido en cambiar las políticas públicas para tratar de disminuir el consumo de cannabis (GEC, 2004). La Estrategia Nacional sobre Drogas 2000-2008 consideraba la comunicación como un ámbito prioritario de intervención, junto con los ámbitos escolar, familiar, laboral y comunitario (Becoña, 2002), ya que la representación periodística de las drogas podría facilitar o dificultar las políticas que se apliquen (Froján *et al.*, 1993: 17; Rekalde y Romaní, 2002: 25).

El tratamiento informativo que la prensa española realiza de las drogas ha recibido críticas frecuentes de los investigadores que han tratado este tema. La mayoría de estos autores coinciden en destacar que los medios de comunicación de nuestro país no contrastan las informaciones sobre drogas (Froján, 1993: 118; García *et al.*, 1987: 15; Martínez, 2000: 356; Rekalde y Romaní, 2002: 32; VVAA, 2000: 20), y en que utilizan muy mayoritariamente fuentes policiales y judiciales y, en menor medida, sanitarias. Otras posibles fuentes informativas sobre este tema como farmacólogos, sociólogos, psicólogos, trabajadores sociales, educadores, o los propios consumidores, no suelen ser utilizadas. Con estas fuentes, la prensa estaría presentando un conflicto, “el problema de la droga”, caracterizado por la delincuencia, la violencia, la marginación y la muerte (Rekalde, 2002: 24), que es narrado con un lenguaje agresivo y negativo (Froján, 1993: 160).

Ballesteros (2014), tras aplicar las escalas de enmarcado de Semetko y Valkenburg (2000), describía cómo las informaciones sobre cannabis en la prensa española recibían una escasa importancia, y eran habitualmente elaboradas aplicando los marcos de responsabilidad y de conflicto. Así, los individuos resultaban responsables de causar el problema alrededor del cannabis sobre el que se informaba, mientras que correspondía a las instituciones resolverlo.

En el contexto anglosajón Acevedo (2007) detectó que tras el proceso de reclasificación del cannabis en Gran Bretaña cambiaron los sujetos y acciones prominentes, pasando los consumidores y activistas, más representados en la primera parte del debate, a ser reemplazados en una segunda fase por médicos, psiquiatras, policías, familiares y expertos. Además, la descripción inicial de un uso no problemático de esta droga fue reemplazada por la descripción del abuso y de los efectos negativos sobre la salud humana. En Canadá, el estudio de Boyd y Carter (2010, citado en Haynes-Saah *et al.*, 2013) para el período 1995-2009, describió que el tratamiento mediático de esta sustancia no prestaba atención a las causas estructurales de la venta de drogas, sino que presentaba la información mediante un discurso de la ley y el orden, que reclamaba un endurecimiento penal.

Si bien, Haynes-Saah *et al.* (2013) señalan cómo la cobertura mediática suele contribuir a estigmatizar simbólicamente a los consumidores de marihuana (Cross, 2007), también citan ejemplos de un acercamiento más equilibrado y no sensacionalista en casos como el de la reforma legislativa sobre el cannabis en Australia

(Lenton, 2004). De este modo, Haines-Saah *et al.* (2013) señalan que “dentro del contexto canadiense, el debate sobre la legalización de la marihuana habría ocurrido con un trasfondo mediático en el que investigadores, activistas y funcionarios del Gobierno informaban simultáneamente de los méritos medicinales de la marihuana y de los potenciales efectos adversos del uso a largo plazo”.

Por su parte, Sznitman y Lewis (2015) encontraron que los medios israelíes enmarcaban el cannabis mayoritariamente como una medicina (69%), frente a un 31% de artículos donde fue enmarcado como una droga ilegal. En el caso de Israel, existe desde finales de los 90 un programa de cannabis terapéutico, por lo que, como en los casos anteriormente citados y en el propio de esta investigación, se requería plantearse las influencias mutuas entre el tratamiento informativo del cannabis y la regulación legal en su entorno. Estos mismos autores repasan cómo la representación mediática de las drogas tiende a enfatizar la amenaza que suponen para la sociedad, a usar juicios de valor peyorativos y a demonizar las drogas y a sus consumidores.

En el caso español, la manifestada preocupación de instituciones oficiales (GEC, 2004) sobre las repercusiones del tratamiento mediático del cannabis no se ha traducido en despliegue alguno de políticas oficiales, ni en la realización de investigaciones al respecto. Es más, la propia vertiente de la representación mediática del fenómeno social del cannabis ha sido evaluada desde ámbitos científicos ajenos a las Ciencias de la Comunicación, por ejemplo, en el *Informe sobre el cannabis 2004. Análisis de situación y propuestas de actuación* (GEC, 2004), encargado por el Ministerio del Interior.

Por tanto, esta investigación se propuso como objetivo contribuir a superar este déficit de base, aportando un estudio sobre la representación mediática del cannabis desde el ámbito teórico y metodológico que le corresponde por naturaleza, el de las Ciencias de la Comunicación.

## **1. La teoría del ‘encuadre’ o ‘enmarcado’ como fundamento de la investigación**

La teoría del *framing* ha sostenido un creciente número de investigaciones desde sus orígenes (Bateson, 1955; Goffman, 1974) hasta la actualidad, en que ocupa un lugar preponderante dentro de los estudios sobre comunicación. Así, la revisión llevada a cabo por Weaver (2007: 144) para el periodo 2001-2005 enumera 165 investigaciones sobre *framing*, frente a 43 sobre *agenda-setting* y 25 sobre *priming*.

Vicente y López (2009: 27-29) afirman que en España “la comunidad científica que maneja los principios teóricos y prácticos del *framing* sigue siendo limitada”, debido a la inexistencia de grandes equipos de investigación, la carencia de coordinación entre centros o a la escasa tradición investigadora en el campo de la comunicación, “volcado hacia una formación de corte profesionalizador”. Sin embargo estos autores (2009: 25 y ss.) señalan el “carácter fundacional” de las tesis doctorales de Víctor Sampedro y de Manuel Martínez Nicolás. De igual modo citan como ejemplo de trabajo metódico y exhaustivo las tesis de Belén Amadeo y de Teresa Sádaba, dirigidas por María José Canel, así como la producción de la Universidad de Navarra, la pública de Salamanca y las de Madrid, citando expresamente al grupo

dirigido por Juan José Igartua como “el más prolífico de la última década”, en su línea de investigación sobre la inmigración.

La investigación del *framing* ha confluído con la de la *agenda-setting* si bien existe discrepancia sobre si el *framing* ha seguido una evolución independiente (Entman, 1991, 1993; Scheufele, 1999; Tankard, 2001; de Vreese, 2004), o si bien sería un desarrollo posterior de la teoría de la *agenda-setting* (Kiousis *et al.* 1999; McCombs y Evatt, 1994; MacCombs *et al.*, 2000). En apoyo de esta segunda opción McCombs y Evatt (1995) denominan “segundo nivel de la *agenda-setting*” a la investigación sobre el *encuadre* o *enmarcado* (*framing*), dedicado a indagar los rasgos, cualidades o atributos de esos objetos, donde se incluyen los tradicionales temas y acontecimientos, así como otros objetos de la información como políticos, instituciones, propuestas programáticas, etc. En su evolución, la teoría de la *agenda-setting* ha pasado de interesarse por determinar el repertorio de objetos sobre los que informan los medios, a analizar también cómo se presentan estos objetos, en lo que se ha denominado “agenda de atributos”, de tal modo que se ha planteado una convergencia con la teoría del *framing* e incluso con otras perspectivas sobre la *tematización* de la realidad (McCombs, ed. 2006: 171-172; Dader, 1990, a y b).

Sin embargo, ya con anterioridad diversos autores que han investigado la teoría del *framing*, desde Bateson (1955) a Goffman (1974), habían hecho mención y estudiado los aspectos o atributos destacados de un tema, por lo que corresponde reconocer a la escuela de McCombs su capacidad para integrar dentro de la teoría de la *agenda-setting* avances teóricos ajenos, pero sin olvidar el origen y la evolución independiente de otras líneas de investigación.

Como síntesis de esta evolución de las teorías derivadas de la *agenda setting*, de la teoría del *framing* o de la agenda de atributo, el Observatorio de Contenidos Audiovisuales de la Universidad de Salamanca (OCA-USAL) propone una definición operativa de los encuadres noticiosos: “Un encuadre noticioso remite al ángulo, enfoque, perspectiva o tratamiento de una información que se manifiesta en la elección, énfasis o importancia atribuida a diferentes elementos y, en particular, en la forma cómo covarían dichos elementos más o menos enfatizados en un texto (...) Las palabras y expresiones clave relacionadas con los lugares geográficos, espacios físicos y temporales, actores protagonistas y acciones realizadas por/sobre ellos (...) son indicadores manifiestos a partir de los cuales se puede reconstruir la estructura latente y las dimensiones subyacentes del tratamiento informativo” (Igartua, Muñiz y Cheng, 2005: 158).

Algunos autores presentan la teoría de los marcos como “inacabada”, la definición de marco como “vaga” (Scheufele, 1999: 103) o “fragmentada” (Entman, 1993: 91). Brosius y Eps (1995) afirman que el *framing* no es un concepto claramente explicado sino solo una metáfora que no puede ser traducida directamente en preguntas de investigación. Por eso, en esta investigación se intentó un acercamiento a la teoría del *framing* que permitiera responder a preguntas concretas de investigación sobre los componentes esenciales de los marcos. Para ello se ha tratado de avanzar hacia una síntesis que recompusiera esos resultados “fracturados” de la investigación del *framing* a que se refieren algunos autores, mediante una vuelta a las concepciones originales de los grandes autores de referencia (como Laswell o Goffmann) en la teoría e investigación de la comunicación y los marcos informativos.

No podemos obviar que, ya originalmente, Goffman (1974: 8-10) relacionaba el concepto de “marco” (*frame*) con toda una serie de conceptos como “la definición de una situación”, “perspectiva”, “punto de vista” o “foco”. Posteriormente, la utilización del concepto de “marco” en el ámbito periodístico o de los medios de comunicación por otros autores ha ido diversificándose, de modo que hoy nos encontramos ante un concepto sin una definición unívoca. Sin embargo, esta situación también podría responder a la propia naturaleza del hecho estudiado, a la propia amplitud y diversidad del hecho informativo, que escaparía a conceptualizaciones estrechas, y que requeriría ser abordado con flexibilidad. En esta línea de pensamiento encontramos a D’Angelo (2002: 871), quien sostiene que la diversidad teórica y paradigmática ha conducido a una visión comprehensiva del proceso de enmarcado, y no a descubrimientos fragmentados en aisladas agendas de investigación, ya que para comprender los marcos se podrían requerir varias e incluso competidoras teorías.

La importancia de las fuentes en el proceso comunicativo fue destacada ya por Laswell (1948), en su conocida frase “Quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efectos”. Además, el papel de las fuentes en la génesis de los marcos ha sido descrito por diversos autores. Así, para Luhman (2000: 154) los esquemas o *scripts* son estructuras que responden a las estimulaciones provenientes de determinadas fuentes. Porto (2002: 2) se interesa por el promotor de los “marcos interpretativos”, al que denomina “*sponsor*”, que ofrece una interpretación específica de un hecho o cuestión política. Según Entman (1993: 52), los marcos en el texto se manifiestan por la presencia o ausencia de ciertos elementos, entre los que incluye a las fuentes de información.

Esta utilización de unas fuentes muy concretas y nada numerosas procedería, en opinión de Gitlin (1980: 49-52, citado en Entman, 1991: 8), de “los hábitos cognitivos de los periodistas, sus restricciones (*constraints*), y las de sus organizaciones, combinados con su fuerte dependencia de las fuentes autorizadas”. Varios autores han señalado la recurrencia de los periodistas a las fuentes oficiales, como medio para ahorrar tiempo y ofrecer una imagen de objetividad (Gandy, 1991; McLeod y Hertog, 1998).

Una importante función de los marcos sería la de evaluar la información que transportan (Entman, 1993: 52; Neuman *et al.*, 1992: 60; Tábara y Costejá, 2001), por lo que en este trabajo se ha estudiado qué evaluación del acontecimiento principal se realiza en cada noticia.

El término anglosajón *frame* es definido, lingüísticamente, como la estructura en la que algo está construido (Longman, 1993: 206). En tanto el presente trabajo se ocupa de estudiar textos periodísticos, para profundizar en la estructura del lenguaje empleado en las noticias, una de las herramientas utilizada ha sido la sintaxis, como parte del lenguaje que estudia la estructura de la oración (Larousse, 2007: 930). También Lind y Salo (2002: 215) estiman que los marcos debían ser identificados mediante el estudio del lenguaje empleado por los medios, basándose en autores que sostienen la importancia de investigar el lenguaje como Robinson (1978: 88), o Roeh (1981: 78) quien mantenía que “ningún autor o hablante está libre de la necesidad de elegir palabras, sintaxis y orden de presentación”. De igual modo, D’Angelo (2002: 881) cita entre los dispositivos de enmarcado (“*framing device*”) las estructuras sintácticas. En esta investigación se ha analizado la estructura sintáctica esencial de los textos periodísticos, identificando el sujeto (protagonista de la acción) y el predicado (acción descrita) de cada noticia. Además, se utilizaron los dos componentes

sin-tácticos básicos (sujeto y predicado) para definir la variable “hecho noticioso” o “suceso informativo” en función del actor y la acción de cada información.

Además de estos elementos básicos, el suceso informativo se produce en un contexto, que también se ha analizado. No en vano, Tankard *et al.* (1991: 3) definen el marco mediático como la idea organizadora central de las noticias que proporciona un contexto y sugiere cuál es la cuestión mediante el uso de la selección, énfasis, exclusión y elaboración. De igual modo, Maher (2001) considera que la teoría del *framing* estudia el contexto en el que los asuntos son presentados. La definición que la Real Academia (RAE, 1994: 1322) realiza de marco –“ambiente o pasaje que rodea algo”– también remite a este concepto de contexto.

Tomando como fundamento de la investigación la línea teórica descrita anteriormente, nos planteamos contestar a las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son las fuentes habituales que suministran la información de partida de la que se nutren las notas de prensa o reportajes sobre el cannabis en la prensa española: policiales, jurídicas, médicas, industriales, etc.?
- ¿La prensa española contrasta las fuentes que le suministran información sobre el cannabis?
- ¿Cuáles son los principales actores y las principales acciones en torno al cannabis que describe la prensa española, y qué tipo de evaluación reciben?
- ¿Las informaciones sobre cannabis vienen acompañadas de una descripción del contexto en que se producen o se presentan descontextualizadas?

## 2. Metodología

Se realizó un análisis de contenido de una selección de informaciones publicadas por la prensa escrita entre julio y diciembre de 2003. Se seleccionaron aquellas informaciones publicadas en los principales diarios y revistas españoles, que contuviesen las palabras “cannabis” o “marihuana”, resultando un corpus de 1.548 noticias. La validez externa se estableció mediante la realización de un muestreo aleatorio estratificado sobre esta población de estudio, que seleccionó las informaciones publicadas en uno de los siete días de una semana-tipo de cada mes. De este modo se extrajo una muestra representativa formada por 257 informaciones. A continuación se efectuó un análisis de tipo cuantitativo sobre dicha muestra.

El período de estudio (junio a diciembre 2003) fue seleccionado porque representó un momento histórico de máxima preocupación hacia el cannabis desde las instancias oficiales. Desde el Ministerio de Interior se constituyó un grupo de expertos sobre el cannabis que, en el informe citado (GEC, 2004), propuso medidas multidisciplinares para atajar lo que se calificaba de “problema”. Desde el cambio de Gobierno que se produjo unos meses más tarde, tras las elecciones generales de marzo de 2004, la atención institucional hacia el cannabis se diluyó.

Las unidades de análisis fueron codificadas siguiendo un libro de códigos en el que se describieron cada una de las variables y sus categorías, constando de los siguientes apartados:



- a) Datos de identificación (número de identificación, fecha de publicación, género, tipo de medio).
- b) Aspectos formales (extensión, sección, índice de importancia).
- c) Identificación de marcos informativos (número de fuentes utilizadas, fuente principal de la información, campo semántico de la acción principal, sujeto de la acción, hecho noticioso). Las posibles categorías de las variables campo semántico y sujeto se determinaron en dos fases para asegurar su validez de contenido. En un primer paso se elaboraron categorías provisionales como síntesis de diversos autores que han tratado la representación mediática de las drogas (García *et al.*, 1987; Frojan *et al.*, 1993; VVAA, 2000; Martínez, 2000; Rekalde y Romaní, 2002). En un segundo paso se comprobó la exhaustividad de dichas categorías aplicándolas a una submuestra del 20% de las unidades de análisis. Mediante la agrupación de estas dos variables se diseñó una nueva variable (“Hecho noticioso”) con la que se trató de mostrar cuál era, en esencia, el acontecimiento descrito, al registrar cuál era la combinación de sujeto y acontecimiento descrito (predicado) de cada unidad de análisis.
- d) Contexto crítico del evento cubierto. Se trató de descubrir si las noticias sobre cannabis utilizaban preferentemente marcos episódicos o temáticos. Según Iyengar (1991), los marcos episódicos se refieren a hechos concretos, mientras que los temáticos proveen una cobertura más analítica, contextualizada o histórica.
- e) Carácter evaluativo del acontecimiento principal. Se refiere al carácter evaluativo del suceso o hecho para la sociedad, grupo o individuo afectado por la acción descrita. Se codificó como “carácter negativo”, “carácter neutro o ambiguo” o “carácter positivo”.
- f) Marco de los efectos sobre la salud. Se codificó si la información aludía explícitamente a que los efectos del cannabis sobre el organismo humano son: 1, preponderantemente placenteros, terapéuticos, inocuos o leves, o sólo pasajeralemente perturbadores; 2, si la información aludía explícitamente a que los efectos del cannabis sobre el organismo humano son moderada o gravemente perjudiciales o sus efectos nocivos no pueden ser descartados o resultar descontrolados a medio o largo plazo; o 3, si no existía alusión al eje beneficio-inocuidad-perjuicio, o se realizaba una alusión tanto a efectos perjudiciales como beneficiosos, sin conclusiones claras sobre su toxicidad para la salud.

La muestra seleccionada se codificó mediante el programa SPSS v.15.0, hallándose tanto estadísticos descriptivos (p.e. medias, medianas, modas y desviaciones típicas) como inferenciales, para determinar la existencia de asociación estadística y su significación entre variables (tablas de contingencia, prueba exacta, V de Cramer).



La codificación de los datos fue realizada por un único juez, y con posterioridad un segundo juez realizó un nuevo análisis sobre una muestra del 10% de las unidades elegidas al azar (26 noticias), a fin de estimar la fiabilidad del proceso de codificación (*intercoder reliability*). Para dicha revisión se contó con la ayuda de la doctora ingeniera industrial Beatriz de la Fuente Casado. El valor medio de acuerdo arrojado en las 49 variables que se tuvieron en cuenta (fórmula Pi de Scott) fue de 0,744, un dato que señala una fiabilidad aceptable para el análisis realizado sobre las informaciones recogidas (Igartua, 2006; Neuendorf, 2002).

### 3. Análisis de resultados

El género periodístico más utilizado por la prensa española para informar sobre el cannabis, en el período analizado, fue la noticia, con casi el 72% de las informaciones analizadas, seguido a distancia por el reportaje (14,8%) y el artículo de opinión (7,8%). En su mayor parte aparecieron en la sección de Local (39,7%), seguida por la sección de Sociedad (17,5%). Ninguna otra sección alcanzó el 10%. Secciones que, a priori, parecían idóneas para acoger informaciones sobre el cannabis fueron utilizadas en contadas ocasiones, como la sección de Sucesos (5,4%), Salud (5,1%) o Nacional (3,5%).

Además, las informaciones sobre cannabis recibieron un tratamiento que les confiere escasa importancia, pues la importancia media de la muestra analizada quedó establecida en el 1,4 ( $DT = 1,1$ ), sobre un máximo de 4. Más de la mitad de las noticias (55,6%) fueron catalogadas como de importancia baja o mínima, frente al 21,4% de noticias de importancia alta o máxima. Para elaborar este índice de importancia, se tomaron como referentes los utilizados por Igartua (2006: 185) y Budd (1964, citado en Gutiérrez, 2001). Este índice describía la importancia de cada información en un rango de Mínima (0 puntos) a Máxima (4 puntos), como resultado de la suma de cuatro subapartados: 1. Aparición en portada; 2. Página par o impar; 3. Acompañamiento gráfico; y 4. Extensión superior o inferior a media página.

Se comprobó que la prensa española no contrasta las informaciones sobre cannabis (Ver tabla 1), pues sólo utilizó más de una fuente de información en una de cada cinco noticias sobre cannabis que publica (20%). Por tanto, la información sobre el cannabis mantiene la tendencia señalada por otros autores con respecto a la información sobre drogas en general, a emplear una sola fuente para escribir estas noticias.

**Tabla 1.** Número de fuentes en las informaciones sobre cannabis.

Fuentes utilizadas	Frecuencia	Porcentaje
Una única fuente	175	68,1
Dos o más fuentes	53	20,6
Propio periodista o indeterminada	29	11,3
Total	257	100

Fuente: Elaboración propia.

En una mayoría de casos (73,5%) esta fuente única fue de tipo institucional, cuando no, oficial. Así, los Cuerpos de Seguridad y la Justicia del Estado supusieron el 43,6% de las fuentes utilizadas, seguidas por Otras Administraciones con un 16,3%. La suma de ambas fuentes mostró que las informaciones sobre el cannabis procedían en un 59,9% de fuentes oficiales, sin olvidar que en la siguiente categoría en orden de importancia, fuentes sanitarias y científicas (13,6% de casos), incluía tanto agentes públicos como privados. Destacó que entre las fuentes menos utilizadas, estuvieran los sujetos más directamente implicados en el consumo y cultivo de cannabis como son los consumidores (3,5%) y el sector procannabis (2,7%). Por tanto, los resultados de nuestra investigación dibujaron un estrecho repertorio de fuentes habituales sobre el cannabis.

El sujeto protagonista de los hechos más habitual fue la Policía, con más de un tercio de las informaciones (31,1%), que sumado a los jueces (4,3%), reporta un 35,4% de sujetos de naturaleza represiva. El siguiente protagonista de las noticias fueron los consumidores (28,8%), seguidos por los políticos (16,7%). Así, estos tres sujetos protagonizan tres de cada cuatro noticias analizadas (76,6%). De nuevo, llama la atención que sujetos cuya presencia en las noticias sobre cannabis se preveía probable de antemano apenas protagonizaron las noticias sobre esta sustancia, como fueron los científicos y sanitarios, incluidos en la categoría “Profesionales diversos” (8,6%), así como el sector procannabis (4,7%), o los traficantes (2,7%).

Las posibles acciones que realizan estos sujetos resultaron ser muy limitadas, pues entre la represión de los delitos (43,6% de los casos) y el consumo de cannabis (24,5%) sumaron nada menos que el 68,1% de las informaciones. Por tanto, en la información sobre el cannabis también existe una preponderancia de las fuentes represivas que definen las acciones en torno al cannabis como delito, algo ya descrito por diversos autores que se ocupan de las drogas en general (Rekalde y Romaní, 2002: 24; Martínez, 2000: 348). El resto de posibles acciones alrededor del cannabis ni siquiera alcanzan en conjunto un tercio de las informaciones analizadas, siendo las categorías más relevantes, la educación (11,3%), la política (5,8%) y la sanidad (5,4%). Las categorías menos representadas son el comercio legal, la reivindicación social, el estilo de vida y el cultivo, que en total representan el 8,2% de las informaciones.

Mediante la variable “hecho noticioso” se describieron las posibles combinaciones de actores y acciones en cada noticia. Así se obtuvieron los nueve “hechos noticiosos” o “sucesos informativos” más habituales relacionados con el cannabis, que representaron el 81,7% del total de los posibles hechos noticiosos. La combinación del resto de sujetos y acciones posibles supuso el 18,3% restante. De este modo, el principal suceso informativo resultó ser la policía realizando acciones de represión en un tercio de los casos (30,4% de las noticias analizadas), seguido por las noticias en que los consumidores realizaban acciones de consumo, con casi una cuarta parte de las informaciones de la muestra (23,7%). A una gran distancia se sitúan el resto de posibles hechos noticiosos, ya que las acciones educativas y políticas de los políticos sumaron el 12,1% de las noticias, seguidas por las acciones de represión de los jueces (4,3%) y las acciones sanitarias de los profesionales (3,1%) (Ver tabla 2).

**Tabla 2.** Principales hechos noticiosos relacionados con el cannabis.

Hecho noticioso		Frecuencia	Porcentaje
Sujeto	Acción descrita		
Policía	Represión	78	30,4
Consumidor	Consumo	61	23,7
Político	Educación	19	7,4
Político	Política	12	4,7
Juez	Represión	11	4,3
Profesional	Sanidad	8	3,1
Traficante	Represión	7	2,7
Político	Represión	7	2,7
Profesional	Educación	7	2,7
Resto	Otras	47	18,3
<b>Total</b>		<b>257</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia.

Sobre la contextualización de las informaciones sobre cannabis, una gran mayoría de las noticias sobre el cannabis (79%) no ofrecieron el contexto de los hechos de que informaban, esto es, eran enmarcados episódicamente (*framing* episódico), sin relacionarlos con sus causas sociales, políticas, económicas, etc. Una minoría de noticias, el 21%, ofrecieron el contexto de los hechos informativos (*framing* temático).

**Tabla 3.** Utilización del *framing* episódico o temático en las noticias sobre cannabis.

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Framing episódico</b>	203	79,0
<b>Framing temático</b>	54	21,0
<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, las informaciones sobre cannabis suelen recibir una evaluación positiva en más de la mitad de los casos (53%), restando otro tercio de casos (33%) a una evaluación negativa, y un 14% restante a una evaluación neutra o ambigua. Esta evaluación positiva no significa que las informaciones estudiadas valoren positivamente al propio cannabis, su consumo, efectos, etc., sino que se refiere a la acción específica que describe cada texto periodístico. Así, se halló una asociación

estadística significativa entre las variables evaluación del acontecimiento principal y el hecho noticioso (Prueba exacta de Fischer = 238,254,  $p < 0,001$ ,  $V = 0,670$ ). Como se ha descrito anteriormente, para esta investigación se definió la variable “hecho noticioso” o “suceso informativo” según la combinación de los dos componentes nucleares de la noticia: sujeto protagonista y acción que realiza, encontrándose los nueve hechos noticiosos relacionados con el cannabis más habituales, descritos en la tabla 2. De este modo, se detectó que la mayor parte de las veces la prensa evalúa positivamente las acciones de represión de la policía (97,4% de los casos), de los políticos (87,7%) y de los jueces (63,6%); las acciones sanitarias de los profesionales (87,5%); las acciones educativas de los políticos (78,9%) y de los profesionales (71,4%); y las actividades políticas de los políticos (66,7%). Por el contrario, son consideradas mayoritariamente negativas las acciones de consumo de los consumidores (90,2%) y las acciones de represión que afectan a los traficantes en el 100% de los casos. Además, el análisis de los residuos tipificados corregidos mostró que las categorías que contribuyeron en mayor grado al valor de la prueba exacta, fueron la evaluación positiva de las acciones represivas de la policía y la evaluación negativa de los actos de consumo de los consumidores en un número mayor de veces del esperado (Ver tabla 4).

**Tabla 4.** Evaluación de los principales hechos noticiosos.

Hecho noticioso			Evaluación del acontecimiento principal			Total
Sujeto	Principal acción descrita		Negativa	Neutra o ambigua	Positiva	
Policía	Represión	%	0	2,6	97,4	100
		Residuos corregidos	-7,5	-3,4	9,4	
Político	Represión	%	14,3	0	87,7	100
		Residuos corregidos	-1,1	-1,1	1,8	
Profesional	Sanidad	%	0	12,5	87,5	100
		Residuos corregidos	-2,0	-0,1	1,0	
Político	Educación	%	21,1	0	78,9	100
		Residuos corregidos	-1,2	-1,8	2,4	
Profesional	Educación	%	0	28,6	71,4	100
		Residuos corregidos	-1,9	1,2	1,0	

Político	Política	%	16,7	16,7	66,7	100
		Residuos corregidos	-1,3	0,3	1,0	
Juez	Represión	%	0	36,4	63,6	100
		Residuos corregidos	-2,4	2,2	0,7	
Resto	Otras	%	36,2	42,6	21,3	100
		Residuos corregidos	0.4	6,4	-4,8	
Consumidor	Consumo	%	90,2	6,6	3,3	100
		Residuos corregidos	10,7	-1,8	-8,9	
Traficante	Represión	%	100	0	0	100
		Residuos corregidos	3,8	-1,1	-2,8	
Total			33,5	13,6	52,9	100

*Nota: N = 257. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel \*\*\*  $p < ,001$ .*

*Fuente: Elaboración propia.*

Además, se detectó que la mayor parte de los artículos (74,3%) no realizan una alusión definida sobre los efectos positivos o negativos del cannabis sobre la salud, sino que, o bien esta alusión a la salud no existe, o se alude a ambos tipos de efectos sin una conclusión clara. Los artículos que sí se referían al eje de efectos beneficiosos/perjudiciales sobre la salud describieron efectos negativos para la salud en más del doble de ocasiones en que se refirieron a efectos positivos (18,3% frente a 7,4%). Todas las fuentes utilizaron mayoritariamente el marco de efectos ambiguos sobre la salud, salvo las fuentes sanitarias que utilizaron en más ocasiones el marco de los efectos negativos. Todas las fuentes utilizaron el marco de los perjuicios sobre la salud mayor número de veces que el marco de los beneficios, salvo el sector procanabis que utilizó más el marco de los beneficios (14,3% frente a 0%), y los consumidores que utilizaron ambos marcos por igual (11,1%).

#### 4. Discusión

Los artículos sobre el cannabis que publica la prensa española, a la vista de los datos de este estudio, son mayoritariamente presentados mediante el género de la noticia en la sección de Local, con una escasa importancia formal –breves y sin apoyo grafico–, sin contrastar y sin contextualizar. Respondiendo a la primera pregunta de investigación, la fuente informativa en tres de cada cuatro casos es de tipo represivo –Cuerpos

de Seguridad del Estado y Justicia—, mientras que apenas se acude como fuente de información a los mas directos implicados en el consumo de cannabis, los consumidores. Estas conclusiones coinciden en esencia con las descripciones del tratamiento informativo de las drogas que realizan la mayoría de autores consultados (Frojan *et al.*, 1993; García *et al.*, 1987; Martínez, 2000; Rekalde y Romaní, 2002; VVAA, 2000). La monografía del Plan Nacional sobre Drogas *La imagen de la droga en la prensa española*, aseguraba que el tratamiento informativo de las drogas “es resultado de la eficacia de la estrategia comunicativa de la policía, a causa de la buena acogida que obtienen como fuente informativa” (García *et al.*, 1987: 11). Las fuentes de tipo institucional fueron empleadas en casi tres de cada cuatro casos, siendo la fuente más utilizada los Cuerpos de Seguridad y Justicia del Estado (43,6% del total), seguida por Otras Administraciones (16,3%) y fuentes sanitarias y científicas (13,6%).

Nada menos que el 68% de las informaciones utilizaron una sola fuente para informar sobre el cannabis, mientras que sólo el 20% citaban dos o más fuentes informativas, algunas veces obtenidas en una misma rueda de prensa. El 11% restante de las unidades analizadas no citaban fuente alguna, o se suponía que el propio periodista era la fuente de información. Por tanto, podemos responder a la segunda pregunta de investigación que la prensa escrita española no suele contrastar sus informaciones sobre el cannabis. En este sentido, una publicación del Plan Nacional sobre Drogas advertía que emplear una sola fuente para informar sobre drogas limita la comprensión de este fenómeno, aconsejando que, igual que los equipos que tratan las drogodependencias son multidisciplinarios, el periodista debería acudir, no sólo a fuentes policiales, sino también a farmacólogos, sociólogos, psiquiatras, psicólogos, asistentes sociales o pedagogos (VVAA, 2000: 21).

En respuesta la tercera pregunta de investigación, los principales hechos informativos sobre el cannabis son la beneficiosa represión del tráfico y del cultivo de cannabis por parte de policía y jueces, y el perjudicial consumo de cannabis por parte de los consumidores. Esta investigación refuerza los hallazgos de anteriores estudios, sobre que los medios de comunicación realizan un tratamiento informativo de las drogas que señala la actuación represiva como principal vía de solución (Álvarez *et al.*, 1988; Frojan, 1993; Ferrer y Dacosta, 1993; García *et al.*, 1987).

En cuanto a la cuarta pregunta de investigación, encontramos que las noticias sobre el cannabis se presentan sin contextualizar en casi un 80% de ocasiones. Frente a esta situación de hecho, ya el estudio realizado en 1987 por un gabinete especializado por encargo del PND abogaba por una mayor contextualización de los hechos, por un discurso informativo más plural y “polifónico”, así como más centrado en los puntos de vista de los distintos agentes (García *et al.*, 1987: 65). Junto a ello, el deber más elemental de la deontología periodística consiste en fundamentar las informaciones, “lo que incluye el deber de contrastar las fuentes y de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su versión de los hechos”, según el código deontológico de los periodistas españoles (FAPE, 1993).

El enmarcado informativo del cannabis, por tanto, nos muestra una situación en que, quizá por la necesidad de procesar noticias a un ritmo acelerado, los periodistas españoles acuden a las escasas fuentes de información que consideran fiables, y que la información de estas fuentes es reproducida sin apenas elaboración ni contextualización. Diversos autores han afirmado cómo las rutinas profesionales de los

periodistas influyen en la selección de las noticias y en su enmarcado (Tuchman, 1978; Gitlin, 1980; Dader, 1990; Scheufele (1999). En nuestro caso de estudio, como resultado de las rutinas de trabajo de los periodistas, el enmarcado informativo del cannabis por parte de la prensa española produciría un reparto fijo de papeles, en el que cada actor realiza siempre una misma acción que le caracteriza, y que es evaluada siempre como positiva o siempre como negativa.

Se ha sostenido que la cultura y la defensa del cannabis podrían estar “en proceso de convertirse en parte de los valores dominantes en la España actual” (Bobes y Calafat, 2000: 235). Según los resultados de este estudio, si esto se estuviera produciendo no sería debido al tratamiento informativo del cannabis por parte de la prensa escrita española, donde las fuentes principales y muy mayoritarias son la policía, los jueces y los políticos, y sus acciones son positivamente evaluadas, mientras los consumidores y el sector procannabis apenas son utilizados como fuente de información y el consumo es presentado casi siempre mediante sus perfiles negativos. Por tanto, en el hipotético caso de que la sociedad española estuviera desarrollando unos supuestos valores procannabis, habría que buscar las explicaciones de índole informativa en otros medios de comunicación distintos a la prensa escrita, que apenas da cabida a estas posturas. Y a continuación deberíamos preguntarnos por las razones de la escasa influencia de la prensa española sobre la formación de opiniones y actitudes en esta materia frente a otras fuentes de información alternativas, como podría ser la producción de informativos, ficción y entretenimiento de los medios audiovisuales, el contenido de los medios digitales y los casos más específicos de las páginas web de contenido antiprohibicionista o la prensa escrita cannábica —comparativamente de muy escasa tirada—.

Respecto al contraste de las tres opciones del *marco de la salud* (beneficioso o inocuo, sin determinación o ambiguo, y perjudicial o lesivo), si bien más del doble de las informaciones enmarcaron el consumo de cannabis como perjudicial frente a las que enmarcaron con aspectos beneficiosos (18,3% frente a 7,4%), estos mismos datos también pueden ser “enmarcados” en términos de que sólo el 18,3% de las informaciones sobre cannabis utilizaron un encuadre de salud negativo frente al 81,7% que utilizó un encuadre de ambigüedad, ausencia de referencia a efectos en la salud o incluso efectos beneficiosos. Por consiguiente, la cuestión de si la prensa contribuye o no a generar una imagen del cannabis como favorable, inocua o de incidencia “blanda” sobre la salud, sigue siendo una cuestión compleja, que requeriría ulteriores estudios y estrategias de investigación entre las que destacaría el análisis del enmarcado que aplican en el proceso de recepción las propias audiencias de las informaciones mediáticas.

Para poder trabajar con una cantidad operativa de datos se hizo necesario delimitar unas fechas concretas de estudio, encontrándonos ante la disyuntiva de escoger unas fechas lo mas próximas posibles a la realización de la investigación, pero sin una significación intrínseca, y que el paso del tiempo se encargaría de desactivar su único valor, la actualidad, o bien de optar por unas fechas significativas respecto al objeto de estudio, la información sobre el cannabis en la prensa española, que pudieran establecer un periodo relevante como referencia futura. Dado que nuestro objetivo era aportar conocimiento sobre una temática —la representación mediática del cannabis— apenas explorada hasta la fecha, se optó por esta segunda alternativa,



al estudiar el período de la historia reciente en que mayor atención oficial se ha prestado a dicho objeto de estudio, de modo que se obtuvieran unos resultados relevantes que pudieran servir como base de siguientes investigaciones. Además, tanto este estudio para el caso español, como los citados para el contexto internacional (Lenton, 2004; Acevedo, 2007; Cross, 2007; Boyd y Carter, 2010; Haynes-Saah *et al.*, 2013; Sznitman y Lewis, 2015), muestran el tratamiento informativo del cannabis propio del periodo de estudio. Por tanto, se considera oportuno que nuevas investigaciones sobre este objeto de estudio lo actualicen periódicamente, para permitir a los interesados (instituciones, prensa generalista y prensa cannábica) adaptarse a su evolución en beneficio de la sociedad y de los propios consumidores.

Por otra parte, la mayor parte de la bibliografía editada sobre el tratamiento de las drogas por parte de los medios de comunicación se refiere a un contexto informativo mucho más limitado que el actual, en el que no existía internet, ni la actual profusión y globalización de canales de televisión, por lo que se hace necesario estudiar la representación mediática del cannabis y de las drogas en los diferentes medios de comunicación actuales, mediante métodos de estudio específicos de cada formato.

Entre estos medios que deben ser investigados, conviene señalar el papel de la prensa antiprohibicionista o cannábica. Algunos autores han calificado a este sector como un peligro, al considerar la existencia de “actividades propagandísticas, favorecedoras o impulsoras del consumo de cannabis” (GEC, 2004: 16). Sin embargo, otros autores ven a esta prensa como una oportunidad para la prevención, al destacar la credibilidad que estas publicaciones tienen entre consumidores de cannabis (Bobbes y Calafat, 2000: 271; Romaní citado en Markez *et al.*, 2002: 107).

El estudio de los marcos informativos para ser completo debe realizar una investigación integral sobre todas las etapas del proceso de enmarcado (Scheufele, 1999; D’Angelo, 2002), estudiando tanto los procesos de construcción de los marcos (*frame building*) por parte de los periodistas, como su producto, los marcos informativos (*news frames*). Igualmente, ha de considerarse tanto el proceso de fijación de los marcos en las audiencias (*frame setting*), como su producto, los marcos de las audiencias (*audiences frames*), o dicho de otro modo, los efectos de los marcos sobre las conductas y actitudes de quienes reciben los contenidos mediáticos. A continuación debería indagarse en cómo estos marcos de las audiencias influyen sobre la construcción de los marcos informativos, esto es, la interacción entre unos y otros. Corresponde a la investigación sobre el proceso de enmarcado determinar la potencia real de las noticias para conformar los marcos de las audiencias, o dicho a la inversa, determinar la capacidad de las audiencias para resistir la influencia de los marcos informativos.

El estudio empírico realizado se ha limitado al apartado de los marcos periodísticos producidos, por lo que cabe plantearse como horizonte de investigaciones complementarias la indagación en los restantes procesos aludidos. Sin una investigación que comprenda todas estas etapas, el conocimiento sobre los marcos informativos seguirá siendo limitado, parcial y realmente fracturado.

## Referencias bibliográficas

- ACEVEDO, B. (2007). Creating the cannabis user. A post-structuralist analysis of the re-classification of cannabis in the United Kingdom (2004-2005). En: *International Journal of Drug Policy*, vol. 18, pp. 177-186. [<http://www.oregon.gov/pharmacy/Imports/Marijuana/StaffReview/CreatingTheCannabisUserA-Post-structuralistAnalysisofReclassificationofCannabisintheUK.pdf>] 21/04/2015.
- BALLESTEROS, C. (2014). El enmarcado informativo del cannabis: un estudio cuantitativo exploratorio desde la teoría del framing. En: *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, vol. 7, nº 1, pp. 67-103. [<http://revistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/4526/4636>] 21/04/2015.
- BECONA, Elisardo (2002). *Bases científicas de la prevención de drogodependencias*. Madrid: Ministerio del Interior. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.
- BOBES, Julio; CALAFAT Amador (eds.) (2000). Monografía Cannabis. En: *Adicciones*, vol. 12, nº 2. [<http://www.mir.es/pnd/observa/pdf/cannabis.pdf>] 3/12/2007.
- D'ANGELO, Paul (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. En: *Journal of Communication*, vol. 52, nº 4, pp. 870-886.
- DADER, José Luis (1990a). La canalización o fijación de la "agenda" por los medios. En: MUÑOZ, Alonso *et al.* *Opinión pública y Comunicación política*. Madrid: Eudema, pp. 294-318.
- DADER, José Luis (1990b). Las provincias periodísticas de la realidad. En: *Comunicación y Sociedad*, vol. 3, nº 1 y 2, pp. 85-134.
- DE VREESE, Claes H. (2004). The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. En: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 81, nº 1, pp. 36-52.
- DUDO, Anthony D., DAHLSTROM, Michael F.; BROSSARD, Dominique (2009). Reporting a potencial pandemic. A risk-related assessment of avian influenza coverage in US newspaper. En: *Science Communication*, vol. 28, nº 4, pp. 429-454.
- ENTMAN, Robert M. (1991). Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. En: *Journal of Communication*, 42, vol. 4, pp. 6-27.
- ENTMAN, Robert M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. En: *Journal of Communication*, vol. 43, nº 4, pp. 51-58.
- EUROPEAN COMMISSION (2002). *Attitudes and opinions of young people in the European Union on Drugs. Special Eurobarometer n. 172*. [[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_172\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_172_en.pdf)] 26/03/2006.
- FAPE (1993). *Código Deontológico*. Sevilla: Federación de Asociaciones de la Prensa de España.
- FROJAN, María J. *et al.* (1993). *La imagen de la droga en la prensa española. Un análisis de la información publicada entre 1988 y 1992*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- GARCÍA, Begoña; MENOR Juan; PERALES, Alejandro (1987). *La imagen de la droga en la prensa española*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- GEC (2004). *Informe sobre el cánnabis 2004: Análisis de situación y propuestas de actuación*. Madrid: Grupo de Estudios sobre el Cánnabis.

- GOFFMAN, Ervin (1974). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper Colophon.
- GUTIÉRREZ COBA, Liliana (2001). Temas de interés para los periódicos de prestigio. El caso de El País (España) y El Espectador (Colombia). En: *Zer*, vol. 10, pp. 131-158. [<http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/16976/1/ZER%20100002.pdf>] 8/10/2007.
- HAINES-SAAH, R. *et al.* (2013). The privileged normalization of marijuana use - an analysis of Canadian newspaper reporting, 1997-2007. En: *Critical Public Health*, [<http://dx.doi.org/10.1080/09581596.2013.771812>] 20/04/2015.
- IGARTUA, Juan José; MUÑIZ, Carlos; CHENG, Lifen (2005). “La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso”. *Migraciones*, 17, pp. 143-181.
- IGARTUA, Juan José (2006a). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- KIOUSIS, Spiro; BANTIMAROUDIS, Philemon; BAN, Hyun (1999). Candidate image attributes. Experiments on the substantive dimension of second level Agenda-Setting. En: *Communication Research*, vol. 26, pp. 414-428.
- LENTON, Simon (2004). Pot, Politics and the Press Reflections on Cannabis Law Reform in Western Australia. En: *Drug and Alcohol Review*, vol. 23, nº 2, pp. 223-233.
- MACBRIDE, Sean (1988). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- MCCOMBS, Maxwell; EVATT, Dixie (1995). Los temas y los aspectos: Explorando una nueva dimensión de la agenda setting. En: *Comunicación y Sociedad*, vol. 8, nº 1, pp. 7-32.
- MCCOMBS, Maxwell; LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; LLAMAS, Juan Pablo (2000). Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election. En: *Journal of Communication*, vol. 50, pp. 77-81.
- MCCOMBS, Maxwell (ed.) (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (v.o. 2004). Barcelona: Paidós.
- MARKEZ, Iñaki *et al.* (2002). *Cannabis: de la salud y del derecho. Acerca de los usos, normativas, estudios e iniciativas para su normalización*. Donostia - San Sebastián: Observatorio Vasco de Drogodependencias. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno vasco.
- MARTÍNEZ, María José (2000). *El discurso social sobre drogas*. Tesis Doctoral. Facultad de Psicología, Universidad de Murcia.
- NEUENDORF, Kimberly A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS (2009). *Informe 2009 del Observatorio Español sobre Drogas*. [<http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/observa/pdf/oed-2009.pdf>] 9/05/2011.
- POSTEL-VINAY, Olivier (2003). El cannabis, un debate social. En: *Mundo Científico*, junio 2003, pp. 40-47.
- REKALDE, Ángel; ROMANÍ, Oriol (2002). *Los medios de comunicación social ante el fenómeno de las drogas: un análisis crítico*. San Sebastián: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.

- SCHEUFELE, Dietram A. (1999). Framing as a theory of media effects. En: *Journal of Communication*, vol. 49, nº 1, pp. 103-122.
- SEMETKO, Holli A.; VALKENBURG, Patti M. (2000). Framing European Politics: A content analysis of press and television News. En: *Journal of Communication*, spring 2000, pp. 91-109.
- SZNITMAN, Sharon R.; LEWIS, Nehama (2015). Is Cannabis an Illicit Drug or a Medicine? A Quantitative Framing Analysis of Israeli Newspaper Coverage. En: *International Journal of Drug Policy*, vol 26, nº 5, pp 446-452.
- TANKARD, James W. et al. (1991). *Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement*. Boston: Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- VICENTE, Miguel; LÓPEZ, Pablo (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. En: *Zer*, vol. 14, nº 26, pp. 13-34.
- VV.AA. (2000). *Medios de comunicación y drogodependencias. Actuar es posible*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- WEAVER, David H. (ed.) (1997). Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers. En: *Agenda-Setting Theory*, pp.115-136.
- WEAVER, David H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing and priming. En: *Journal of Communication*, vol. 57, nº 1, pp. 142-147.